

Empresaris ebrencs impulsen Mercacomerç, una xarxa de botigues de productes amb segell TE

Una crisi és sempre una oportunitat. Amb aquesta filosofia, un grup d'empresaris amb experiència al territori s'ha posat a treballar per un mateix objectiu: poder vendre els seus productes a través d'una cadena pròpia de centres, on tots els articles siguin exclusivament de les Terres de l'Ebre. Busquen les complicitats de més empresaris amb l'objectiu de mobilitzar-los per superar la crisi.

TORTOSA V. Adell

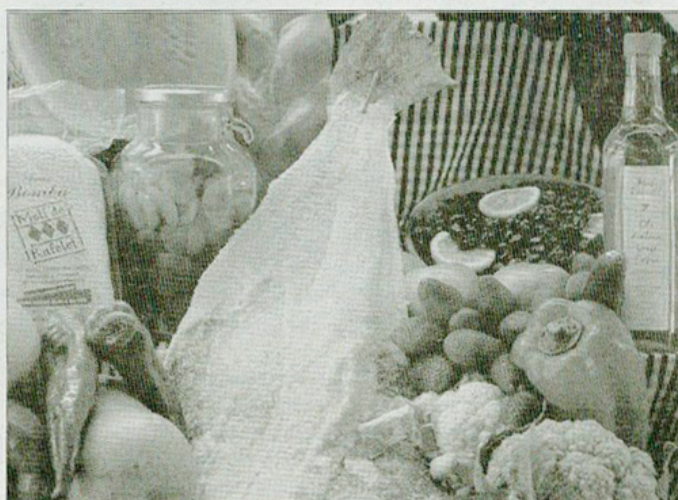
Un grup d'empresaris amb experiència al territori treballen amb una nova iniciativa. Es tracta de Mercacomerç Terres de l'Ebre, l'embrió del que vol ser una xarxa pròpia de centres amb un mateix denominador comú: vendre productes de les Terres de l'Ebre. "Es tracta de vendre els nostres productes on no ens deixen estar presents els canals tradicionals de venda", expliquen els impulsors d'aquest projecte, entre els quals hi ha empresaris de Tortosa, Amposta i la Sénia; una població que sempre ha aportat innovació i noves formes de treballar i comercialitzar, per acabar sent un referent com a clúster.

La idea, que va començar a gestar-se fa prop d'un any, naix amb un objectiu fonamental: "mobilitzar l'empresariat ebrenc", asseguren els impulsors del projecte, que prefereixen treballar en l'anonimat de moment. "Cal que el territori hi faci alguna cosa i de forma ràpida", assenyalen, que consideren "vital" que els productes puguin estar presents al major nombre possible de nuclis comercials i de consum de Catalunya per

vendre's. "És una manera que la inversió torne al territori", defensen, tot afegint que, amb estudis de viabilitat a la mà, a més del "foment de l'autoconsum", s'incrementaran els llocs de treball i es millorarà el teixit empresarial de les Terres de l'Ebre.

Pensen, sobretot, en el sector de l'alimentació, un dels més potents a les Terres de l'Ebre, però també en el de productes per a les persones i la llar. Inspirada en la cadena de botigues Guissona (on la cooperativa ven la carn arreu del país), aquests empresaris pensen en una mena de franquícia, que anomenaran Mercacomerç, però que va encara "més enllà". "És millor que una franquícia, perquè la gestió la portarà el grup empresarial que tira endavant la cadena i no el franquiciat, aquest només haurà d'invertir el cost de posar en marxa el centre", defensen.

A més, els empresaris asseguren que seria una opció molt millor per als consumidors i també per als productors. I és que, els primers podrien consumir productes de proximitat, "una cosa necessària en un moment com l'actual", a uns bons preus. I els productors també rebrien



Els productes agroalimentaris de l'Ebre hi tindrien un espai destacat. / L'EBRE

uns preus més justos, ja que no tindrien tant de marge de negoci com les grans cadenes de distribució, que en els últims anys han rebotat els preus de productes com l'arròs o l'oli.

Defineixen els centres de venda combinant la idea de: "un mercat, supermercat, un centre comercial diferent, acollidor, urbà i de mitjana superfície", que per la seua imatge marcarà diferències notables amb la mitjana del sector. "És una filosofia innovadora, que a més tindrà una orientació important a fidelitzar el consumidor als productes ebrencs", defensen.

(Més informació a merca.comers@gmail.com / 977 570 156).

DESTACAT

Menys marge de negoci que les grans cadenes

■ Un dels avantatges d'aquesta nova xarxa seria que els productors rebrien preus més justos. I és que els impulsors asseguren que tindrien menys marge de benefici. Posen així, damunt la taula, un dels problemes amb què s'han trobat molts dels sectors productius de l'Ebre, que les grans cadenes de distribució han rebotat els preus. Són cadenes com ara Carrefour (francesa), Caprabo o Eroski (basca), Simply (andalusa) o Mercadona (valenciana).